Organisée par l'Association Française des Fundraisers

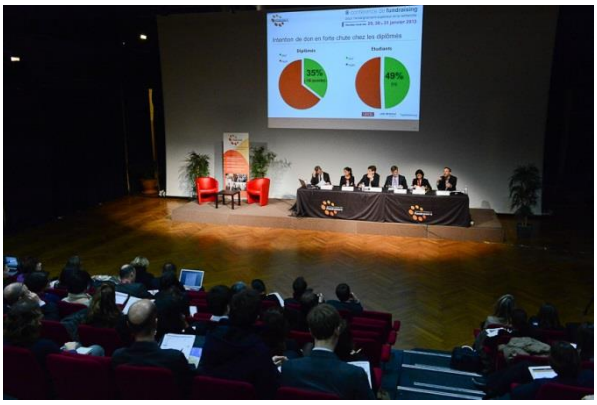
10e conférence de fundraising pour l'enseignement supérieur et la recherche

18, 19 mars 2015 Université Paris-Dauphine (2 journées de formation)

10e ANNIVERSAIRE

10ème conférence de fundraising pour l'enseignement supérieur et la recherche

Programme en cours d'élaboration
Au 16 févier 2015



18 et 19 mars 2015

Université Paris-Dauphine
Place du Maréchal de Lattre de Tassigny
75016 Paris

EDITO

10 ans déjà...

À l'heure où j'écris ces quelques lignes nous venons d'apprendre que M. Jean Tirole Président de la Fondation Jean-Jacques Laffont - Toulouse School of economics (TSE), a reçu le prix Nobel d'économie 2014. Une belle reconnaissance pour l'excellence française ! Nous avons en France des chercheurs et des enseignants de grande qualité, de quoi être fiers de travailler au quotidien dans ce secteur !

Dans ce contexte, quel regard porter sur les 10 années passées ? Un regard de fierté du chemin parcouru par les Fundraisers de ce secteur ! Des fundraisers qui ont réussi à faire bouger les lignes au sein de leurs établissements et à mener des campagnes dans des contextes économiques difficiles…

L'heure des bilans est aussi l'heure d'un regard vers le futur et les nombreux enjeux qui s'offrent à nous… L'enjeu majeur est de réussir une conduite du changement dans nos établissements pour être plus pertinents face aux besoins d'aujourd'hui et de demain en termes de recherche et d'innovations pédagogiques. Nos organisations sont aussi confrontées au besoin de travailler différemment, sur des projets porteurs de sens et d'impact pour leurs écosystèmes afin de trouver des partenariats et des fonds. Par ailleurs, la transformation numérique nous pousse à repenser nos modèles et permettra une diffusion large de la connaissance. Face à ces enjeux pour l'Enseignement supérieur et la recherche aujourd'hui, il nous faut mobiliser toutes les énergies, toutes les parties prenantes. Et vous, Fundraisers, vous êtes des acteurs clés de cette mobilisation ! Au-delà de la collecte de fonds, vous êtes au service de projets qui font avancer le monde et la connaissance, et rendez l'enseignement accessible au plus grand nombre. Vous êtes des agents de changement ! Aujourd'hui plus que jamais la MOBILISATION de toutes les énergies est nécessaire pour relever les défis auxquels l'Enseignement supérieur et la recherche doivent faire face : gouvernance, anciens, enseignants chercheurs, tous doivent être mobilisés !

Pour ce 10ème anniversaire, nous vous proposons une conférence antimorosité avec comme cri de ralliement **: Tous fundraisers !**

Yaële Aferiat
Directrice de l'AFF

Les chiffres de la conférence

Plus de 300 participants chaque année
Près de 70 intervenants experts et praticiens du fundraising
Plus de 100 structures représentées
13 thématiques (propres au secteur) programmées

REMERCIEMENTS

L'AFF souhaite remercier les intervenants, tous bénévoles, experts du fundraising et parfois venus de loin, ainsi que l'équipe des bénévoles mobilisée pour assurer le bon déroulement de la conférence. Une mention particulière aux 7 membres du Comité de pilotage qui ont grandement contribué à l'élaboration du programme de cette 10ème édition :

Nathalie Bousseau (Ecole Centrale Paris)

Barbara de Colombe (Fondation HEC et vice-présidente de l'AFF)

Solenne Couraye du Parc (Ecole des Mines)

Rodolphe Gouin (Fondation Bordeaux Université et administrateur de l'AFF)

Joanna Jammes (Fondation ISAE)

Mélina Mercier (Fondation UPMC)

Léa Sarica (Fondation HEC)

Merci !

Nous remercions la Fondation partenariale de Paris-Dauphine qui accueille la 10ème édition de cette conférence.

Merci à CASE pour son soutien dans la programmation du chapitre relations alumni.

DÉCOUPAGE DES JOURNÉES

Mercredi 18 mars 2015

08h15 à 09h00 : Accueil des participants
09h00 à 9h30 : Plénière d'ouverture
9h30 à 13h00 : Master classes
13h00 à 14h30 : Déjeuner
13h00 à 14h30 : Coaching et speedfundating
14h30 à 16h00 : Ateliers
16h00 à 16h30 : Pause café
16h30 à 17h30 : Table-ronde 1
18h00 – 23h00 : Soirée (cocktail dinatoire)

Jeudi 19 mars 2015

08h30 à 09h00 : Accueil des participants
09h00 à 10h30 : Ateliers
10h30 à 11h00 : Café
11h00 à 12h30 : Ateliers
12h30 à 13h30 : Déjeuner networking
12h30 à 13h30: Speedfundating
13h30 à 15h00 : Ateliers
15h00 à 16h00 : Ateliers Focus (1h)
16h00 à 16h30 : Pause café
16h30 à 17h30 : Table-ronde 2
17h30 à 18h00 : Plénière de clôture

3 niveaux de lecture pour faire votre programme :

1. Formats de sessions proposés lors de cette 10ème édition :

- **Les *master classes* (durée : 3h30)**
  Ils sont l'occasion d'approfondir une thématique choisie par groupe de 20 personnes. Seuls les participants inscrits au préalable pourront assister au *master class* sélectionné.

- **Les ateliers (durée : 1h30)**
  Format classique de la conférence, ces sessions ne nécessitent pas d'inscription préalable. Le nombre de places par atelier étant néanmoins limité à 30 ou 40 participants, les premiers arrivés auront donc plus de chance d'avoir de la place. Si vous avez manqué un des ateliers qui vous intéresse, regardez dans ce programme s'il n'est pas doublé, c'est-à-dire reconduit ultérieurement.

- **Les ateliers Focus (durée : 1h)**
  Les ateliers Focus, comme leur nom l'indique, sont des sessions se concentrant sur des thématiques spécifiques. Ces ateliers sont donc orientés sur des outils pratiques ou des études de cas. D'une durée plus courte, ils vous permettront de couvrir un nombre de thématiques plus grand durant votre conférence.

- **Les tables-rondes (durée : 1h)**
  Moments de prise de hauteur, les tables-rondes confrontent les avis de plusieurs intervenants sur un sujet fondamental pour nos métiers. Elles sont accessibles à tous sans inscription préalable.

- **Les speedfundating (durée : 1h)**
  Retrouvez des experts du fundraising pour poser vos questions lors d'un moment privilégié de rencontre et d'échange par petits groupes de 4 personnes. Inscription sur place uniquement (à partir de 10h à l'accueil). Les speedfundating se déroulent uniquement pendant les pauses déjeuner (repas fourni).

Nouveauté 2015 !

- **Les coaching personnalisé (durée 30mn)**
  Ces rencontres vous permettront de bénéficier des conseils sur-mesure d'un expert sur une problématique bien spécifique. À la différence des speedfundatings, ce format est en face à face (confidentialité garantie !).

- **Place du forum**
  Apprendre par le partage et le débat : voilà le projet de cette nouvelle proposition de session. En grand amphi, spécialement conçu pour favoriser les échanges entre les participants, vous pourrez entendre et donner votre vision sur les thématiques abordées.

2. Thématique des ateliers

13 thématiques propres au secteur de l'enseignement supérieur et de la recherche sont au programme. Pour mieux vous aiguiller dans vos choix de sessions, vous retrouverez ces thématiques à côté de chaque atelier.

3. Niveau d'expertise en collecte de fonds

Les niveaux des ateliers sont des informations à prendre en compte pour éviter d'assister à une session qui ne répondrait pas à vos attentes. Les niveaux sont accolés aux descriptifs des ateliers :

Tous niveaux
Débutant (moins de 2 ans)
Intermédiaire (2 à 5 ans)
Avancé (5 ans et plus)

Mais aussi…

La soirée – Mercredi 18 mars (18h00 – 23h00)
La désormais traditionnelle soirée de la conférence se déroulera sous forme de buffet dinatoire et sera l'occasion de rencontrer vos homologues et d'échanger avec eux tout au long de la soirée. La convivialité sera plus que jamais de mise !

Nouveauté 2015 !

La journée networking – Jeudi 19 mars
Au cœur de nos métiers mais également de nos carrières professionnelles, l'animation de son réseau est essentielle. C'est pourquoi l'AFF vous propose d'échanger librement avec vos homologues sur des problématiques rencontrées dans vos carrières.
Animée par un modérateur, lui-même fundraiser en exercice, nous vous proposons de vous regrouper par métier (grands donateurs, relations alumni…), pour partager vos expériences et repartir avec de nouvelles connaissances.

PLÉNIÈRE D'OUVERTURE

En cours d'élaboration

TABLE-RONDE

1. Tous fundraisers ! Regards croisés sur un métier

mercredi 18 mars de 16h30 à 17h30

Tous fundraisers, comme le cri de ralliement d'un milieu où l'esprit du fundraising n'est pas encore acculturé. Bien au-delà de la collecte, l'enjeu majeur est de réussir à accompagner le secteur de l'Enseignement supérieur et de la recherche dans l'appropriation de la démarche du fundraising. Mener la **conduite du changement**, de la transformation de nos écoles et universités pour être plus pertinents face aux besoins d'aujourd'hui et de demain.
Afin de bâtir des partenariats novateurs, le fundraiser induit une nouvelle culture propre à nos institutions. Celles-ci sont confrontées au besoin de travailler différemment, moins en silo, sur des projets porteurs de sens. La dynamique produite **impacte les écosystèmes** de toutes les parties prenantes : entreprises, territoires, étudiants, professeurs, gouvernance... Face à ces enjeux pour l'Enseignement supérieur et la recherche, aujourd'hui il nous faut mobiliser toutes les énergies, toutes les parties prenantes. Comment réussir cette mobilisation ? Comment être des agents de changement ? Représentants de la gouvernance, des anciens et des enseignants chercheurs vont partager leur vision de cette mobilisation au service du développement de l'Enseignement supérieur en France.
Robert Brunck (Ecole des Mines), Albert David (université Paris-Dauphine / Cercle de l'Innovation), Pierre Hurstel (Toulouse Business School), Benoît Deprez (Pasteur Lille)
Animateur : Jean-Marc Pautras (Crédit Coopératif)

2. Prospective : le monde change vite et en profondeur

jeudi 19 mars de 16h30 à 17h30

Le monde change vite et en profondeur ! De nombreuses mutations traversent notre société, la rapidité des évolutions technologiques accélèrent la rapidité de ces mutations : mondialisation, digitalisation, nouveaux modèles de développement et de transmission du savoir. La transformation digitale, tous les secteurs l'ont vécue ou la vivent aujourd'hui. Qu'en est-il de l'enseignement supérieur face à ces enjeux d'évolution rapide des modèles. Les Mooc en sont l'expression parfaite. Leur gratuité impose une réflexion profonde au même titre que la nécessité de mutualiser, d'innover et d'internationaliser nos approches. S'ouvrir en somme ! Notre enseignement supérieur et notre recherche sont-ils prêts à affronter ces grands changements ?
Animation : Christine Quentin (journaliste)
Panel en cours d'élaboration

MASTER CLASSES (mercredi 18 mars de 9h30 à 13h00 / Attention, places limitées)

1. La stratégie digitale au service de votre développement

Digital
DEBUTANT

Le digital est un outil de décloisonnement et de transversalité. Prendre ce virage nécessite de repenser un certain nombre de choses dans votre organisation. Quelle est votre offre en ligne pour vos donateurs, et au-delà pour vos sympathisants ? Avez-vous pensé votre schéma relationnel et votre cycle de communication dans le cadre d'une réelle stratégie digitale ? Enfin, saviez-vous que tout cela se pilote et se mesure ?

Intervenants :

Arnaud Masselin (adfinitas)

Antoine Martel (iRaiser)

2. La relation alumni 360°, le fonds annuel

en partenariat avec CASE

Alumni
INTERMEDAIRE

Au-delà du fundraising, monter et pérenniser une stratégie en direction des alumni c'est avant tout penser une relation à 360°. Dès les années de scolarité, comment faire naître le sentiment d'appartenance à la communauté de l'établissement ? Quels sont les outils d'animation de la relation auprès des étudiants/élèves (*class gift* ; challenge inter-promo) ? Ceci pour accroître la fierté d'être membre de l'établissement et de cultiver la tradition du don. Et par rapport aux anciens, quels sont les secrets de la mobilisation réussie ? Comment cultiver le souvenir des années de jeunesse ? Comment répondre aux différents besoins des anciens et ainsi être capable de leur donner pour naturellement recevoir d'eux ? Comment donner du sens au don fait dans le cadre du fonds annuel ? Comment faire de ses anciens des ambassadeurs ? Ce master class pour ouvrir des pistes de travail pour le plus grand bénéfice de votre stratégie alumni.

Intervenants :

Barbara de Colombe (Fondation HEC)

Kirsty MacDonald (Université d'Edimbourg)

3. Construire un argumentaire pertinent et fédérateur

Grands donateurs
INTERMEDIAIRE

Engager durablement donateurs et prospects dans une levée de fonds implique un travail préliminaire de réflexion quant aux ambitions globales de votre institution à plus ou moins long terme. Cette étape incontournable va nécessiter une analyse approfondie des axes de différenciation et des projets transformateurs qui porteront la stratégie de votre organisation et renforceront son positionnement à l'avenir. A travers des exemples concrets, Martine et Sandra aborderont les questions clés auxquelles doit répondre un argumentaire efficace. Elles proposeront des outils méthodologiques inspirés de la philanthropie stratégique. A partir de leurs expériences sur la manière de mobiliser la direction vous verrez comment mettre en place un processus fédérateur adapté à la situation d'une organisation et à l'avancement de sa réflexion… parce que la construction de votre argumentaire conditionnera le succès de votre fundraising.

Intervenants :

Sandra Bouscal (IMD Business School)

Martine Godefroid (Factary)

4. Créer une dynamique grands donateurs via un comité de campagne performant et un programme événementiel stimulant

Grands donateurs
INTERMÉDIAIRE

C'est fait : votre organisation s'est lancée dans la collecte grands donateurs et il s'agit désormais de bien mener les choses pour que ce soit une réussite ! Comme votre agenda n'est pas extensible, une stratégie d'ambassadeurs et d'événements sera décisive pour vous épauler dans la prospection et la fidélisation de vos grands donateurs. Maîtrisées avec anticipation et bon sens, ces deux stratégies complémentaires pourront même vous aider à élargir votre périmètre de dons, et/ou à augmenter le don moyen de vos grands donateurs. Ce master class pratique vous donnera ainsi des pistes pour préparer sereinement ou relancer ces stratégies au sein de votre organisation, pour le succès de votre campagne grands donateurs.

Intervenants :

Frédéric Fournier (Optimus)

Laurent Mellier (Fondation de l'Ecole Polytechnique)

5. Comment approcher les entreprises et répondre à leurs attentes, les fondamentaux

Relations entreprises
DEBUTANT

(Re)découvrez les incontournables des relations entreprises à travers des exemples concrets, mais aussi des outils et méthodologies applicables dans vos structures. De l'identification des besoins à la mise en œuvre d'un partenariat stratégique, les intervenants balaieront les principales étapes de construction d'une relation partenariale avec les entreprises. Ils suivront des exemples concrets de partenariats en place et évalueront les facteurs clés de succès de démarches de collecte de fonds auprès de cette cible aux intérêts très spécifiques, et au potentiel non négligeable.

Intervenants :

Christel Bériot (Fondation université de Cergy-Pontoise)

Mélina Mercier (UPMC)

6. La fonction du *Corporate and Foundation Relation Officer*

Stratégie
EXPERT

Besoin d'enrichir l'organigramme de votre équipe de collecte ? Venez vous inspirer d'un poste qui depuis quelques années est créé dans toutes les fondations universitaires américaines : le *Corporate and Foundation Relation Officer* (CFRO). Leurs spécificités ? Historiquement, ils utilisent la démarche philanthropique de l'entreprise et des fondations comme dans le caritatif. Ils sont stratégiquement positionnés à proximité de la présidence de l'université. En pleine évolution, ils ont de plus en plus une approche à 360° de la relation entreprise, et favorisent l'émergence d'un guichet de contacts unique entre l'établissement et l'entreprise. Grand intérêt pour nous, fundraisers français, les CFRO sont très fortement en réseau (association, publications digitale et print…). Venez partager le savoir-faire américain en matière de relations entreprises. Avec ce master class vous percevrez les tendances de la relation entreprise aux Etats-Unis, et tout l'intérêt qu'ont les fundraisers à être des professionnels en réseau.

Intervenante :

Nancy Katano (UCLA - University of California, Los Angeles)

7. « Masterlab », ou le 1er master interactif de créativité !

Stratégie

EXPERT

Si le fundraising dans l'ESR a déjà beaucoup évolué ces 10 dernières années… force est de constater qu'il tend aujourd'hui vers un certain conformisme. Mêmes messages, mêmes techniques de collecte, mêmes offres… **STOP ! Le fundraising dans l'ESR doit se réinventer !** C'est ce que vous proposent de faire Philippe Doazan et Gäel Colin, experts en créativité et fundraising, à travers ce master 100% interactif. Venez avec vos problématiques et nous développerons collectivement des nouvelles idées et des pistes d'actions pour y répondre. Une occasion aussi de tester en direct certaines techniques créatives qui pourront vous servir utilement dans votre quotidien de fundraiser. Si vous avez le goût de l'innovation et de la remise en cause, ce « masterlab » est fait pour vous !

Intervenants :

Gaël Colin – (\Excel)

Philippe Doazan (Duniya)

ATELIERS

Stratégie :

- **« Quel chemin parcouru » : Unistra : finir une campagne en beauté**

TOUS NIVEAUX

Le 11 Février 2015, la fondation Unistra clôture sa campagne. Comment trouver un nouveau souffle pour s'organiser en vue d'une nouvelle campagne ? Découvrons l'évolution de la stratégie de collecte de la fondation Unistra de l'université de Strasbourg. Comment ont-ils réussi à fédérer chercheurs et médecins, autour de ce grand projet de collecte ? Comment industriels et philanthropes ont été associés ? Une histoire riche pour bien comprendre le fundraising.

Alice Couégnas et Patrick Llerena (Fondation Unistra)

- **Comment mobiliser les enseignants chercheurs**

TOUS NIVEAUX

Etre acteur de mobilisation de toutes les énergies, toutes les parties prenantes, oui, mais comment faire ? Intéresser les acteurs de la recherche en interne, consolider l'expertise acquise par les équipes d'enseignants chercheurs, créer une dynamique autour de projets nouveaux… Des exemples concrets qui illustrent la possibilité de voir fundraisers et chercheurs travailler ensemble.

Penny Hunt (Marts & Lundy)

- **Les fondamentaux d'une stratégie de collecte à l'international**

INTERMEDIAIRE

Le marché français de la collecte, à l'instar de l'économie, n'est pas à la croissance… Recruter de nouveaux donateurs hors des frontières françaises est devenu de plus en plus intéressant pour nos organisations. Comment faire ? Comment choisir le bon pays ? Quelles sont les étapes pour construire un programme de collecte dans un nouveau pays ? Comment éviter les erreurs commises par d'autres avant vous ? Cet atelier interactif, fondé sur l'expertise de Ian Edwards et Joanna Motion, vous donnera les clés du succès.

Ian Edwards et Joanna Motion (More Partnership)

- **Le marché français est-il capable d'absorber une 2ème série de campagnes majeures**

EXPERT

HEC, Polytechnique, Unistra… tous ces établissements viennent de terminer leur campagne pluriannuelle avec succès. Toutes se questionnent sur l'opportunité de se lancer de nouveau dans l'aventure. Mais comment remobiliser de grands donateurs ? L'engagement des bénévoles au service de la campagne est-il facilement renouvelable ? Cela dit, après un succès, existe-t-il réellement une alternative ? Peut-on aujourd'hui faire autrement que de lancer une campagne ? Autant de questions qui ouvrent un débat : en France existe-t-il un marché pour de nouvelles campagnes majeures ?

Barbara de Colombes (Fondation HEC) et Nathalie Levallois (Sciences Po Paris)

- **Fundraising émergeant au Moyen Orient**

EXPERT

La collecte se développe au Moyen Orient. Comment bien appréhender la culture du levant et sa tradition multiséculaire de philanthropie ? Où sont les racines de cette philanthropie? Quelles en sont les règles du jeu aujourd'hui ? Dans une session très concrète, Christopher Carnie partage ses recherches et son expérience du Moyen Orient. Quelles sont les fondations et philanthropes les plus importants de la région ? Comment construire un programme grands donateurs / donateurs stratégiques en tenant compte des spécificités culturelles et religieuses de cette région du globe ? Vous verrez combien le fundraising peut s'inculturer !
Christopher Carnie (Factary)

Partenariats entreprises :

- **Campus Manager- Responsable Partenariats Entreprises : les clés d'un dialogue réussi**

EXPERT

Le secteur de l'Enseignement supérieur et de la recherche a besoin de communiquer autrement vis-à-vis des entreprises, des mécènes, de s'adresser aux bons interlocuteurs, avec un vocabulaire adapté, les informations pertinentes, etc. Cette évolution est cruciale et les fundraisers ont un rôle majeur à jouer. Mais notre effort ne peut se limiter à produire des outils de communication modernes et bien marketés. Comment répondre aux besoins et aux attentes une fois que l'entrée en relation a été effectuée ? Qui le fait (le fundraiser, les services concernés dans l'université ou l'école ?) ? Avec quelle réactivité, quel suivi ? La simplification dans la communication ne peut pas se substituer à la simplification des démarches réelles dans le montage des partenariats. Ceci vaut pour toutes les relations université-entreprises, et notamment pour le fundraising. Animé par un représentant de Synergie Campus et un fundraiser, cet atelier est l'occasion de confronter nos pratiques à l'expertise des campus managers sur des sujets relevant des relations entre entreprises et enseignement supérieur.
Nicolas Burckel (ESSEC) et Brigitte Durand (Synergie Campus / Campus Véolia)

- **Monter un programme de recherche financé par le mécénat : mode d'emploi, avantages et inconvénients**

EXPERT

Parallèlement au contrat de recherche classique, le mécénat peut-il permettre à l'entreprise d'être partenaire financier des travaux de recherches ? Quels en sont les avantages pour chacune des parties par rapport aux collaborations ou aux prestations ? Comment gère-t-on la propriété intellectuelle avec le mécène ? Le champ des possibles est vaste : don financier, don en nature, don de compétence. Comment intégrer ces facettes du mécénat d'entreprise à un programme de recherche ? Quels sont les liens avec le crédit impôt recherche, quel sont les pièges à éviter, les engagements qu'on ne peut tenir auprès d'un prospect au moment de la sollicitation ? Pour bien comprendre les contraintes de l'entreprise, revenons aussi sur les difficultés qu'elle rencontre en interne dans cette démarche de mécénat. Un atelier animé par des experts pour bien comprendre les étapes du fundraising et le montage du projet, car ici l'un ne va pas sans l'autre.
Stéphanie Lanson (Agrégative Consultanting) et Suzanne Poitou (Fondation Bordeaux Université)

- **La chaire : le fruit d'une collaboration**

INTERMEDIAIRE

La chaire est un élément important de la relation avec les entreprises. Réussir son montage, et la rendre pérenne est le fruit d'une collaboration réussie entre le fundraiser, le chercheur et l'entreprise. Au-delà du montant à mobiliser et de la durée de la chaire, c'est bien la mise au clair du rôle des universitaires, des mécènes, et de la fondation dans son animation qui permet de bâtir un partenariat solide. Dans un atelier très pratique et basé sur une réelle expertise dans le domaine, nos trois animateurs partagent leur secret d'un montage de chaire réussi.

Christian Caye (Vinci), Corinne Degoutte (Fondation ESSEC) et Wafa Skalli (LBM / Institut de Biomécanique Humaine Georges Charpak)

- **Bien gérer la relation avec une entreprise internationale**

EXPERT

Alors que les entreprises du CAC 40, mais aussi celles de proximité, ont déjà été sollicitées lors des récentes campagnes du secteur de l'enseignement supérieur et de la recherche, un nouvel objectif semble émerger : celui de conquérir des entreprises internationales. Autre argument en faveur de l'élaboration d'une stratégie corporate globale, le recrutement des étudiants étrangers, désormais indispensable au rayonnement de nos institutions. Tenté(e) par le défi ? Avant de vous lancer, rejoignez-nous pour affiner vos idées grâce à l'expérience des intervenants.

Marie Caillat (IHES) et un intervenant en attente de confirmation

Relations Alumni :

En partenariat avec CASE

- **A la recherche des diplômés perdus !**

DEBUTANT

Rechercher ses diplômés est un vrai challenge auquel sont confrontées de nombreuses structures de l'enseignement supérieur aujourd'hui. En France, on sous-estime l'importance stratégique de nos Anciens. Pourquoi relever un tel défi ? Quels outils ? Quelles méthodologies et quelles pratiques peuvent vous aider dans cette démarche ? David Alonso nous donnera une approche méthodologique alors qu'un fundraiser de la Fondation Télécom nous exposera le cas concret son institution.

David Alonso (Faircom-Paris) et un autre intervenant en attente de confirmation

- **10 conseils pour aborder ses alumni**

DEBUTANT

Découvrez 10 principaux conseils pour établir et maintenir un programme alumni réussi. Pendant cet atelier, nous approcherons les différents aspects à prendre en compte pour se lancer : quels sont les objectifs de la gouvernance ? Comment utiliser sa base de données ? Quels événements mettre en

place ? Et enfin, comment créer un lien entre relations alumni et collecte de fonds ? Une session interactive où toutes les questions pourront être posées !
Nik Miller (The Bridge Group)

- **Comment et pourquoi atteindre efficacement vos alumni à l'international ?**
  INTERMEDIAIRE
  L'internationalisation fait aujourd'hui partie de la stratégie de développement de nombre d'institutions. Cette stratégie ne se fait pas seule : une marque forte à l'international, c'est aussi une communauté d'alumni à l'étranger dynamique et informée… une cible de la levée de fonds. Alors entre *Trust*, *Friends of*, *Transnational Giving Europe*… quels outils et quels investissements, pour quelle stratégie ? Aucune solution n'est optimale, tout dépend de votre structure, de la répartition et du dynamisme de votre communauté d'alumni. Les intervenants, familiers de la collecte à l'international à différentes échelles, vous expliqueront la stratégie qu'ils ont adoptée et leurs résultats : les astuces, les bonnes idées mais aussi les écueils à éviter. Cet atelier vous propose une vision globale de cet axe de collecte, de l'animation de la communauté des alumni en partenariat avec votre association d'anciens à la mise en place opérationnelle de la levée de fonds.
  Nathalie Bousseau (Ecole Centrale Paris) et Anne-Gaëlle Chassard (Ecole des Mines de Nancy)

- **Comment mesurer sa stratégie alumni ?**
  EXPERT
  Comment pouvons-nous mesurer l'impact et l'efficacité de notre stratégie de relation alumni ? Aborder la relation alumni avec cette perspective oblige à rendre effective une stratégie relationnelle, et à être capable de questionner des objectifs initialement globaux. Nik Miller s'appuie sur les tendances mondiales pour mesurer les engagements et les contributions des anciens dans la collecte.
  Nik Miller (The Bridge Group)

Philanthropie et grands donateurs

- **Ouragan dans la cervelle : le stewardship, dégager les 10 *best practices***

  TOUS NIVEAUX

  Le stewardship, ou l'art de l'accompagnement et de la fidélisation de vos donateurs, est un sujet central de la stratégie donateurs. Mais comment en avoir une vision innovante ? Comment renouveler cet exercice complexe ? Nous vous proposons un atelier novateur : après un rapide apport sur la méthodologie traditionnelle de la relation donateur, vous allez partager, débattre, échanger, vos expériences et faire évoluer l'exercice du stewardship. Parce qu'ensemble nous sommes plus forts, venez reconstruire votre vision.

  Sandra Bouscal (IMD Business School), Virgine de Maupeou (Fondation Apprentis d'Auteuil) et Elisabetta Scanferla-Shmitt (Universciences)

  Session *pitch* : entrainement à l'entretien avec un donateur potentiel

  TOUS NIVEAUX

  Bien réussir un entretien avec un donateur potentiel, cela demande un travail de préparation. Cette session vous amène de la théorie à la pratique : rappel de la méthodologie, pitch de certains porteurs de projet volontaires, retour d'un panel d'expert puis échange avec la salle… Apprendre ensemble des réactions à chaud, une nouveauté pour la conférence.

  Animateur : Alexandre Martini (Optimus)

  Membres du panel : Bénédicte Gallon-Saltarelli (fondation Bettencourt Schueller), Delphine Hébrard (fonds de dotation Entreprendre pour aider), Raphaëla Kitson-Pantano (Fonds AXA pour la recherche) et un intervenant de Delsol en attente de confirmation.

- **Comment mettre en place une stratégie grands donateurs *from scratch* : l'aventure de Clinatec**

  INTERMEDIAIRE

  Découvrez l'aventure du centre de recherche biomédicale Clinatec ! Adossée au CEA et au CHU de Grenoble, cette organisation naissante inconnue du grand public s'est lancée dans une campagne grands donateurs ambitieuse. Sans culture fundraising, ni compétences dans la levée de fonds, elle structure sa démarche pour réunir toutes les conditions nécessaires afin de réussir une grande campagne. Une présentation du chemin parcouru, de la méthodologie à la réalité…

  Thierry Bosc (fonds de dotation de Clinatec), Alix Fougeron (Clinatec) et Nathalie Perrin (Co-Influence)

- **A la recherche de vos philanthropes**

  INTERMEDIAIRE

  Face à une philanthropie en pleine expansion, comment évaluer le potentiel de votre organisation à lever de grands dons ? Qui sont ces philanthropes et quelles sont leurs motivations ? Sont-ils des prospects pour votre organisation ? Comment identifier VOS grands donateurs potentiels et comment évaluer leur capacité de don ? Venez découvrir l'importance de la recherche (*Prospect Research*) pour asseoir votre stratégie de développement et instruire l'approche et la sollicitation de vos meilleurs prospects.

  Sophie Le Maire (\Excel) et un autre intervenant en attente de confirmation

- **Acculturation aux stratégies grands donateurs**

  TOUS NIVEAUX

  Le développement de stratégies grands donateurs a connu un essor sans précédent au cours de ces 5 à 10 dernières années sous l'impulsion en particulier du secteur de l'enseignement supérieur. Mais cela

ne s'est pas fait et ne se fait pas sans une bonne dose de pédagogie et de patience… Car se lancer et faire perdurer une stratégie grands donateurs demande une forme d'acculturation ; il faut apprendre de nouveaux réflexes, de nouveaux langages, s'ouvrir à de nouveaux univers, acculturation des équipes, acculturation de la gouvernance, acculturation des partenaires, etc. Un long fleuve pas toujours tranquille… Venez partager vos expériences avec des experts de la collecte auprès des grands donateurs ! Des trucs et astuces par des professionnels pour des professionnels, des anecdotes, du vécu, le tout toujours dans une ambiance conviviale et bienveillante !

Virginie de Maupeou (Fondation Apprentis d'Auteuil) et autre intervenant en attente de confirmation

- **Paroles de mécènes**

  Philanthropie familiale, mécénat d'entreprise, que savons-nous des motivations qui les sous-tendent, de leurs attentes, qui, bien souvent préfèrent l'ombre à la lumière ? Pour mieux comprendre ces deux mode de générosités, leur réalité tant en France qu'à l'international, venez écouter des spécialistes du monde des fondations.

  Béatrice de Durfort (Centre français des Fonds et Fondations), Marie-Stéphane Maradeix (Fondation Daniel et Nina Carasso) et un autre intervenant en attente de confirmation.

Environnement de la collecte :

BDD/CRM

- **Retrouver vos anciens, enrichir vos données : les outils existent**
  DEBUTANT
  Les anciens élèves représentent aujourd'hui un véritable défi pour les écoles ou universités qui souhaitent reprendre la parole auprès de contacts ayant quitté leur établissement depuis des dizaines d'années. Mais comment créer ou reconstruire une base de données complète, multicanale, et exploitable pour vos campagnes auprès de vos anciens élèves à partir des éléments disponibles au sein de votre établissement ? Cette session vous apportera quelques pistes pour vous donner les moyens de réussir dans cette mission qui n'est pas impossible !
  Samuel Sonnenfeld (Brand & Consumer Technologies)

- **Appels d'offre : Comment bien définir vos besoins en amont pour ne pas le regretter ensuite**
  EXPERT
  Parce que se lancer dans un appel d'offre sur sa base de données nécessite de la méthode, l'intervenant fera un point sur les différentes étapes à mener, ce que doit comporter un cahier des charges, les compétences nécessaires ou encore comment conduire la phase de tests avant de basculer dans un nouveau système.
  Mickael Monchalin (Eudonnet) et Jennifer Stefenson (TSE)

Marketing direct

- **Allo, vous n'avez pas de stratégie téléphone ?**
  DEBUTANT
  Vraiment vous n'avez pas de stratégie téléphone ? Non mais allo quoi ! Dans cet atelier animé par des spécialistes du marketing par téléphone, nous verrons tout d'abord le minimum requis pour gérer correctement cet outil dans votre stratégie de marketing direct. À quoi ça peut servir, comment ça marche, comment on monte une campagne, les argus, les fichiers, les courriers de confirmation, les rappels, le suivi des remontées… Nous passerons en revue les différents types de campagnes pour accompagner le donateur tout au long de son cycle de vie : accueil, consolidation, transformation en prélèvement automatique, réactivation, upgrading, sans oublier la réception des appels. Et nous présenterons enfin les différentes méthodes pour recruter directement des nouveaux donateurs par téléphone. Les réponses à toutes les questions que vous vous posez pour intégrer le téléphone dans l'éventail de vos outils de collecte.
  En attente de confirmation

- **Pourquoi et comment vos marges sont dans vos messages – les fondements de l'art de demander de l'argent**
  INTERMEDIAIRE
  L'essentiel, c'est la qualité des appels. De bonnes lettres, c'est plus de recettes nettes. Le fundraising, c'est une quête… de l'excellence des mailings. Des objectifs à atteindre sur le message, les iconographies, le bulletin de don… des trucs et astuces, de bonnes recettes qui ont apporté des résultats. Spécialiste de la rédaction conception de message de sollicitation, l'intervenant présente ici une session très pratique, illustrée de nombreux exemples.
  Christophe Herlédan (Mint)

WEB

- **Stratégie digitale : le crowdfunding, mais pas que...**

TOUS NIVEAUX

Le digital est un outil majeur au service de votre communication et de votre collecte. Le crowdfunding en est une composante. Bien intégré à une vision globale du champ du web, il peut développer toute sa capacité d'entrainement populaire autour d'un projet. Prendre ce virage nécessite de repenser un certain nombre d'aspects de votre stratégie digitale. Comment créer une communauté ? Quelle est votre offre en ligne pour vos donateurs, et au-delà pour vos sympathisants ? Avez-vous pensé votre schéma relationnel et votre cycle de communication dans le cadre d'une réelle stratégie digitale ? Enfin saviez-vous que tout cela se pilote et se mesure ? L'exemple très concret de l'UCLA qui a créé sa propre plateforme de crowdfunding, va nous montrer les clés de la réussite.

Nancy Katano (UCLA - University of California, Los Angeles)

- **Du bon usage de LinkedIn pour animer votre communauté et identifier vos prospects**

EXPERT

Nous n'employons qu'une partie infime des fonctionnalités qu'offrent LinkedIn. C'est un outil puissant qui peut s'apparenter à une base de données externe et permettant de retrouver vos anciens grâce à des critères très fins et à une très bonne qualité d'information. Et pour cause elle est mise à jour par les utilisateurs eux-mêmes : le bonheur ! Encore faut-il savoir l'utiliser. Venez vous immerger dans cet outil puissant !

Charles Hardly (LinkedIn)

Legs

- **La relation testateurs : venez partager vos/leurs histoires !**

DEBUTANT

La relation testateurs est une nouveauté pour beaucoup d'organisations d'enseignement supérieur. Comment bien l'appréhender ? Un panel d'experts venus de plusieurs secteurs de l'intérêt général vont débattre sur les opportunités que représente le positionnement sur les legs dans la stratégie de collecte de fonds puis lancer le débat avec les participants. Apprendre par l'échange, c'est l'idée des sessions place du forum !

Jean-Marie Vieux (Fondation Abbé Pierre) et un autre intervenant en attente de confirmation

Juridique et fiscal

- **Quelle structure pour quelle stratégie ?**

EXPERT

Le paysage juridique et fiscal en perpétuelle évolution ouvre le champ des possibles. Comment utiliser les opportunités nouvelles ? Une fondation abritante, un fonds de dotation comme dans beaucoup de structures, la structure à bâtir est celle qui reflète le mieux votre stratégie, mais aussi vos capacités internes d'investissement humain. Des exemples concrets pour vous faire partager de riches expériences.

Kathleen MacLeod (EY) et un autre intervenant en attente de confirmation

- **Mécénat : identifier et éviter les risques**

  EXPERT

  Le type et l'amplitude des risques auxquels nous sommes confrontés évoluent. Qu'ils soient juridiques, fiscaux, financiers ou qu'ils touchent à la notoriété de nos institutions, bien les gérer est fondamental pour assurer la pérennité de notre collecte. Que vous démarriez votre activité, ou que vous souhaitiez vérifier vos connaissances, venez profiter de l'expérience de trois spécialistes. A la clé : une check-list des principaux points de vigilance à ne pas négliger et un temps partagé pour répondre aux questions qui touchent votre institution.

  Bernard Bazillon (KPMG), Michèle Hannoyer (conseil juridique et fiscal) et Stéphanie Lanson (Agrégative Consulting)

Développement personnel

- **Prendre soin de soi pour éviter le burn-out**

  TOUS NIVEAUX

  Dans le secteur de l'intérêt général, l'engagement, la mission et les responsabilités riment souvent avec vocations et talents. Dans notre monde ou l'enseignement et la recherche sont primordial pour le futur, comment ne pas se laisser consumer par son engagement ? L'animateur propose un atelier pour instaurer la réflexion et découvrir des astuces au quotidien afin de prendre soin de soi, prévenir le bu*rn out*, mieux gérer les pressions et le stress nocif qu'elles génèrent.

  Anita Olland (Solution for Human Excellence)

Communication

- **Communication et collecte de fonds : comment bien les intégrer ?**

  TOUS NIVEAUX

  L'articulation entre communication institutionnelle et communication de collecte de fonds est un enjeu important pour nos institutions. Quels enjeux ces deux types de communication soulèvent-ils ? Comment peut-on réussir à créer des synergies ? Les intervenants partageront avec nous son expérience de terrain en fundraising.

  Astrid L'Ange (Fondation de l'Ecole Polytechnique) et Yann Le Touher (CRM-Grand Palais)

PRÉSENTATION DE L'AFF

L'Association Française des Fundraisers (AFF) est l'association des professionnels de la collecte de fonds exerçant dans tous les secteurs de l'intérêt général.

Elle a pour mission la formation des fundraisers, l'amélioration de la pratique professionnelle, tant d'un point de vue éthique que technique, et la reconnaissance de la profession. L'AFF est aussi un centre de ressources et d'informations pour les fundraisers, un lieu d'échanges et de partage entre les professionnels de la collecte de fonds.

Dans le cadre de ses activités, l'Association Française des Fundraisers propose :

Pour se former

- Quatre grands rendez-vous annuels de plusieurs journées comprenant des dizaines d'ateliers et réunissant les professionnels du fundraising qui trouvent l'occasion unique de se rencontrer, d'échanger et d'apprendre. La conférence dédiée aux professionnels de la culture, la conférence de fundraising pour l'enseignement supérieur et la recherche, le séminaire francophone de la collecte de fonds, la conférence dédiée au secteur confessionnel ;
- Le Certificat Français du Fundraising, première formation certifiante en fundraising de douze journées, délivrée en partenariat avec l'ESSEC et reconnue au niveau européen grâce au label « EFA certification » ;
- Des journées de formation approfondies sur des thèmes ou des secteurs précis : grands donateurs, marketing direct, partenariats entreprises etc...

>>> Retrouvez le catalogue des formations proposées par l'AFF sur www.fundraisers.fr

Pour s'informer

- Le site internet pour retrouver toutes les actualités, les offres de formation et les offres d'emploi disponibles en ligne : www.fundraisers.fr ;
- Des petits déjeuners mensuels et des déjeuners thématiques, lieux d'échanges et occasions de rencontres dédiées aux professionnels ;
- Le magazine *Fundraizine*, première revue entièrement consacrée à la collecte de fonds et à l'actualité de la philanthropie. Et la newsletter, rendez-vous bi-mensuel de l'actualité du secteur ;
- La base documentaire, accessible aux adhérents de l'AFF, qui réunit plus de 300 documents et études pour vous accompagner dans vos recherches et vos réflexions sur des thèmes divers : stratégies de fundraising, environnement juridique et fiscal, nouvelles techniques de collecte, études de fonds sur le secteur, etc.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Pour la 10ème année consécutive, l'AFF est heureuse de vous proposer une formation de 2 jours spécifiquement dédiée aux professionnels du secteur de l'Enseignement supérieur et de la recherche.

Objectifs pédagogiques

À travers ces journées de formation, nous souhaitons apporter aux professionnels du secteur, méthodologies et outils concrets pour développer et diversifier au mieux leurs stratégies de collecte de fonds.
Pour cette 10ème édition, l'AFF a souhaité approfondir et diversifier le contenu des ateliers en proposant notamment de travailler sur :

- la **compréhension des enjeux stratégiques** de la diversification des ressources et ses fondamentaux,
- le **développement de nouvelles sources de financement** que sont les PME et les donateurs particuliers,
- la **bonne utilisation des outils de collecte de fonds** : utilisation du web, intégration des bases de données,
- un **éclairage international** grâce à l'intervention de professionnels venus de l'étranger.

Grâce à l'échange de bonnes pratiques entre professionnels de l'enseignement supérieur et de la recherche et les témoignages de professionnels venus parfois de l'étranger, ces journées de formation vous permettront de repartir riche de nouvelles connaissances, idées et outils à mettre en pratique.

Public concerné

Cette année, la conférence s'ouvre à un nouveau public. En plus des institutions traditionnelles : universités, écoles, associations d'anciens ou établissements de recherche intervenant, l'AFF s'adresse aussi aux établissements de la santé : hôpitaux, instituts de recherche médicale.
En somme, cette conférence est destinée à tous ceux souhaitant professionnaliser leurs démarches de recherche de fonds, définir leurs stratégies de développement en fonction de leurs spécificités, acquérir des outils pratiques et échanger leurs expériences. Quelles que soient leur taille, leur implantation géographique, leur histoire ; chaque acteur de l'enseignement supérieur, de la recherche et de la santé peut collecter des fonds en définissant sa propre stratégie, ses propres objectifs, et en intégrant une démarche auprès des entreprises mais également auprès des particuliers.

Intervenants

Ces journées de formation sont animées par des experts reconnus, qui partagent leur savoir-faire et leurs expériences en matière de fundraising. Lors des ateliers, masters et plénières, ils transmettent outils, méthodologies et de bonnes idées à mettre en œuvre.

Évaluation

Chaque session fera l'objet d'une évaluation par les participants et la conférence sera notée dans son ensemble grâce à une évaluation globale.

TARIFS

Inscription «2 jours» (ateliers + master)
Tarif membre * : 710 € (réservé aux membres 2015 de l'AFF)
Tarif non membre * : 810 €
Pack adhésion + conférence ** : 848 €
Les inscriptions aux masters class se feront par mail, une fois ce formulaire réceptionné par l'AFF

**L'AFF n'est pas assujettie à la TVA pour ses actions de formation continue (organisme de formation déclaré sous le n°11 75 60 375).*
*** Seule la partie adhésion est soumise à TVA, soit 138€ TTC l'adhésion annuelle (au lieu de 168€), valable du 1er janvier au 31 décembre 2015*

Je m'inscris avant le 15 janvier (inclus) et je bénéficie de 100€ de réduction sur les tarifs annoncés ci-dessus (cachet de la Poste faisant foi)

MODALITES DE RÈGLEMENT

1/ Par virement bancaire sur le compte de l'Association Française des Fundraisers
Crédit Coopératif Nation | 252 boulevard Voltaire - 75544 Paris Cedex II
IBAN : (FR 76) 4255 9000 0821 0216 0090 158
Merci de mentionner le nom de votre organisation avec le virement

2/ Bon de commande administratif (à nous faire parvenir) : dans ce cas, merci de faire parvenir à l'AFF un bon de commande correspondant à la totalité du coût de formation, au plus tard 15 jours avant le début de la formation, soit le 4 mars 2015.

3/ Prise en charge par un OPCA (Organisme Paritaire Collecteur Agréé type FAFIEC, AGEFOS.)
Dans le cadre de la prise en charge des frais de formation par un organisme de financement de formation (type OPCA), le bénéficiaire ou son employeur s'engage à communiquer à l'AFF la preuve de la demande de prise en charge de sa formation, ainsi que celle de son acceptation. Faute de quoi les frais de formation seront dus par l'employeur du bénéficiaire auprès duquel l'AFF se réserve le droit de se retourner pour obtenir le règlement de ces frais.

4/ Par chèque bancaire (à l'ordre de l'Association Française des Fundraisers)

FINALISER VOTRE INSCRIPTION

Afin de finaliser votre inscription*, merci de nous retourner votre bulletin d'inscription complété disponible sur : http://www.fundraisers.fr/sites/default/files/formulaire%20conf%202015_site.pdf

CONTACT AFF

Jessica Bouvier
Tel : 01 43 73 34 65
jessica@fundraisers.fr

INFOS PRATIQUES

Comment vous rendre à la Conférence :
La Conférence de fundraising pour l'enseignement supérieur et la recherche aura lieu dans les locaux de l'université Paris-Dauphine.

Adresse de l'université Paris-Dauphine
Place du Maréchal de Lattre de Tassigny 75016 Paris
Téléphone : (33) 1 44 05 44 05
www.**dauphine**.fr

Accès en métro
- RER C, arrêt Avenue FOch
- Métro ligne 2, station Porte Dauphine